

北海道女子短大1993年入学者の社会に対する意識調査 : 2. 中小企業のイメージについて

著者	沓沢 隆
雑誌名	北海道女子短期大学研究紀要
巻	28
ページ	107-113
発行年	1993
URL	http://id.nii.ac.jp/1136/00001611/

北海道女子短大1993年入学者の社会に対する意識調査

A Survey on Social Consciousness of Students Matriculated in Hokkaido Women's Junior College in 1993

2. 中小企業のイメージについて

2. A Study on Images about Small firm

沓 沢 隆

Takashi KUTSUZAWA

は じ め に

中小企業は異質多元的な存在である。その異質多元性は、資本主義の歴史の発展の過程で現出してきたものである。つまり、歴史の発展段階における資本間の関係から、必然的に発生したものや、資本のその時々への環境への適応として現出してきた諸企業形態が、種類としては現時点で混在しており、そのことが、外観上、中小企業に対する多様なイメージを生み出している。

この度、本学における平成5年度の新入生を対象として、「中小企業についてのイメージ」をアンケート調査した。

異質多元的な中小企業に対して、本学の新入生が、全体として中小企業にどのようなイメージを持っているか、および学科別・出身地域別に何か特徴が見出せるかどうかを検討するのが本論の目的である。

しかし、実際問題として、この種の調査では、新入生がなぜそのようなイメージをもつのか、学科別・出身地域別にみられる特徴が何に起因するのか、について因果関係まであきらかにすることは不可能である。おおまかな特徴の把握に止まらざるを得ない。

調査に当たっては、中小企業をどのようにイメージしているかについて、次のような選択肢を設定した。

①、発展性がある ②、経営が不安定である ③、先端産業である ④、女性が働きやすい ⑤、若い社員が少ない ⑥、個性が活かされる（働きがいがある） ⑦、給料が安い ⑧、知名度が少ない ⑨、労働条件が悪い ⑩、家庭的で親しみやすい

以上についての回答は、「あなたが『そう思う』と考える選択肢の番号に○印をつけて下さい。○印は、いくつでも結構です。」という、複数選択制とした。

第1章 設問の意義

中小企業という概念が確立するのは、わが国においては昭和10年代であった。

この時期、今日の中小企業研究の出発点をなしている『下請制論争』が行われた。

それは、中小工業の存立形態の本質をめぐる論争である。当時の中小工業は、その大部分は、問屋制および下請制であった。そして、この形態は今日でも広範に存在している。

論争の概要は、一方には、「資本主義が、初期においては問屋制という、また独占段階に入ると下請制という中小工業の従属形態を生み出す。しかし、この下請制のなかには自立した中小工業、すなわち専門メーカーを現出する契機が含まれている。資本主義の発展は、傾向としては、この専門メーカーを輩出していくであろう」とする、小宮山琢二氏の見解がある。

他方には、「問屋制、下請制はいずれも優位資本（大資本）が中小工業を、流通過程において、つまり取り引きにおいて利潤を収奪する形態である。その結果、従属形態にある中小企業は、労働者の低賃金のみを存立条件とし、優位にある大企業の労働者もまた、それにならう形で低賃金に押し込まれる。この問屋制、下請制のなかに中小企業の自立を促す契機は存在しない」とする、藤田敬三氏の見解がある。

この問屋制、下請制は、当時の中小工業の大部分がとる形態であり、それは資本主義の問題性を担う形態であった。

次に、戦後それも昭和30年代に、わが国経済の二重構造をめぐる論争があった。それは、近代的な経営をとる大企業部門と、非近代的な中小企業部門が、断絶ともいえる賃金格差をもって同時に存在しているのは何故か、をめぐる論争であった。

それは結局、「資本、生産、労働の各部門において、大企業に有利な条件が日本資本主義の中に明確に存在することによる」という帰結をみた。

当時の中小企業は、農村から供給される豊富な労働人口を低賃金で雇用することによって存在し得た。その事が設備の近代化を遅らせる要因ともなっていた。

この時期までのわが国における中小企業は、低利潤、低賃金、長時間労働、経営の不安定、定着率が低いなど、暗いイメージが強かったといえよう。

わが国経済は昭和30年代に高度成長を遂げる。それは遂に労働力不足、特に若年労働力不足を現象した。その結果初任給賃金が上昇し、大企業と中小企業の賃金格差が縮小傾向をみせた。

低賃金基盤が崩壊したことによって、従来の中小企業層は、自営業層、転業・廃業、高賃金に耐え得る近代化された中小企業などへ分解が促進された。

このような趨勢の中で、昭和30年代半ばから、新産業分野にいち早く新規参入しマーケットシェア NO1 の地位を築いたり、差別化された技術で大企業と対等の取引関係を確立した中小企業が群生した。これらは、中堅企業とよばれる様になり、従来の中小企業の枠を越える成長を現出した。端的にいうとイノベーションに成功した企業といつてよく、利潤、賃金支払い能力においても、大企業と遜色がなかった。この時期以降、中小企業のイメージが多様化し

はじめる。

昭和40年代に入ると、ベンチャー・ビジネスが出現してくる。その名称は、中堅企業という名称と同様に、中村秀一郎氏のグループによって命名された和製英語であり、間もなく一般化した。

それ以前の新規開業企業は、熟練労働者が、低賃金の壁を克服して中小企業経営者としてのより高い収入を目指して独立するケースが典型的なタイプであった。しかし、ベンチャー・ビジネスは「生きがいを求めて独立する」「自分の能力を存分に発揮したい」「組織のなかではアイデアが取り上げて貰えない」など、能力発揮を求めての独立が典型という性格をもっている。

ベンチャー・ビジネスの経営者は、大企業からスピン・オフした、高度な知的能力の保有者が典型的であった。新製品開発、新システム開発、新デザイン開発などで急成長を遂げ、硬直化した大企業体制に新風を吹き込んだ。その後、「社内ベンチャー」という大企業の組織活性化を目指す新しい戦略が生み出された。

このころから、新製品、新技術の開発は、中小企業こそ優位である、というイメージが普及し始めた。

さらに、昭和40年代に、「スモール イズ ビューティフル」の思想が、ジャーナリズムにおいて積極的に取り上げられたこと、かなりの地方自治体が「地域おこし」の哲学としたこともあって一気に広がった。その結果、大企業誘致の運動から、地場の中小企業こそが、地域経済の中心的な担い手になるべきであるという「地域主義」がブームを巻き起こした。

この後、中小企業は、将来の可能性を秘めた、若い人がその人生をかけるに値する職場である、というイメージが生まれてきた。

現在の日本資本主義経済の中には、以上にみてきたいろいろな形態の中小企業が同時に存在しており、多様なイメージを現出している。

今回のアンケート調査における「中小企業のイメージ」についての設問は、このことを踏まえて設定したものである。

第2章 調査結果の分析

北海道女子短期大学の開校30周年を記念した特別研究のために下記の要領の調査を実施した。「中小企業のイメージ」についての調査は、その一部である。

調査の概要は次のとおりである。

1. 調査目的

本学入学生の意識・実態等に関する総合的調査研究。

2. 調査対象

平成5年度に北海道女子短期大学に一年生として入学した学生全数（留学生を除く）

3. 調査期間

平成5年4月8日～10日

4. 調査方法

- (1) アンケート調査票の教員による直接配布と回収
- (2) 自記式、記名式調査票

5. 標本特性

- (1) 学科別構成（表1のとおり）
- (2) 出身地域別構成（表1のとおり）

6. 調査項目

「中小企業のイメージ」についての調査項目は（表2）の項目のとおり

7. 標本特性

（表1）のとおり

（表1） 標本特性

学 科	サンプル数	構成比(%)	出身地域	サンプル数	構成比(%)
服飾美術科	360	29.8	札幌市地域	559	46.3
工芸美術科	118	9.8			
保健体育科	365	30.2	上記以外の地域	648	53.7
初等教育学科	156	12.9			
経営情報学科	209	17.3	合 計 (無効票)	1,207 (1)	100.0
合 計	1,208	100.0			

（注）：札幌市地域（札幌市内、江別市、南幌町、岩見沢市、当別町、広島町、石狩町、小樽市）

（表2） 中小企業のイメージについて（全体）

はじめに、表2から全体の集計結果をみてみよう。

なお、既述のとおり、項目の選択は複数を可とする方法によっている。従って、それぞれの項目について、1208人のうち何人が○印を付けたか、つまり、ウエイトの大小が分析の基本視点となる。

項 目	実 数	ウエイト(%)
①発展性がある	169	14.0
②経営が不安定である	742	61.4
③先端産業である	27	2.2
④女性が働きやすい	126	10.4
⑤若い社員が少ない	148	12.3
⑥個性が生かされる、働きがいがある	252	20.9
⑦給料が安い	519	43.0
⑧知名度が低い	392	32.5
⑨労働条件が悪い	428	35.4
⑩家庭的で親しみ易い	271	22.4
合 計	1,208	100.0

回答総数の中で、最もウエイ （注）：回答は複数回答である。

トの大きいのは「②経営が不安定である」の61.4%で、つぎが「⑦給料が安い」43.0%、「⑨労働条件が悪い」35.4%、「⑧知名度が低い」32.5%となっている。つまり、マイナスイメージの項目がウエイトの高い方から上位4位を占めている。

しかし、「⑩家庭的で親しみ易い」22.4%、「⑥個性が生かされる、働きがいがある」20.9%、「①発展性がある」14.0%というプラスのイメージも一定のウエイトを占めており注目される。次に（表3）から、出身地域別の特徴を見てみよう。

出身地域の区分は、「札幌市地域」と「札幌市以外の地域」である。

最初に、全体の項目別のウエイトと地域別のそれを比較し、特徴を整理してみよう。

「札幌市地域」での項目別のウエイトを全体のそれと比較してみると、「①発展性がある」が0.1ポイント、「③先端産業である」が0.5ポイント、「④女性が働きやすい」が0.2ポイント、「⑥個性が生かされる、働きがいがある」が0.4ポイント、何れも「札幌市地域」のほうで上回っている。

「札幌市以外の地域」は、「②経営が不安定である」が5.4ポイント、「⑤若い社員が少ない」が0.2ポイント、「⑨労働条件が悪い」が0.7ポイント、全体のウエイトを上回っている。

以上からは、「札幌市地域」の出身者は、中小企業をどちらかといえば積極的に評価し、「札幌市以外の地域」の出身者は、消極的に評価しているといえる。

ただし、「⑦給料が安い」では、「札幌市地域」が「⑩家庭的で親しみ易い」では、「札幌市以外の地域」が、ウエイトにおいてそれぞれ上回っている。このことは、一つの地域特性を表しているとも考えられる。

(表3) 出身地域別の「中小企業のイメージ」

項目 地域		合計	① 発展性がある	② 経営が不安定である	③ 先端産業である	④ 女性が働きやすい	⑤ 若い社員が少ない	⑥ 個性が生かされる 働きがいがある	⑦ 給料が安い	⑧ 知名度が低い	⑨ 労働条件が悪い	⑩ 家庭的で親しみ易い
実数	全体	1,208	169	742	27	126	148	252	519	392	428	271
	札幌市地域	559	79	327	15	59	67	119	247	182	194	121
	札幌市以外の地域	648	90	414	12	67	81	133	272	210	234	150
	不明	1		1								
ウエイト (%)	全体	100.0	14.0	61.4	2.2	10.4	12.3	20.9	43.0	32.5	35.4	22.4
	札幌市地域	100.0	14.1	58.5	2.7	10.6	12.0	21.3	44.2	32.6	34.7	21.6
	札幌市以外の地域	100.0	13.9	63.9	1.9	10.3	12.5	20.5	42.0	32.4	36.1	23.1
	不明	100.0		100.0								

(注)：回答は複数回答である。

次に、「中小企業のイメージ」を学科別に集計した場合、何か特徴的な差異を見出せるかどうかをみてみよう。

(表4)は、学科別の集計結果および項目毎のウエイトである。

(表4)から第1に、相対的な意味においてであるが、経営情報学科の新入生が中小企業を最も積極的に評価している、といえる。

つまり、中小企業を積極的に評価する項目のウエイトが全体のそれよりも大きく、反面、消極的な評価のイメージの項目のウエイトは全体のそれよりも小さい、という性格をはっきりと見て取れる。

すなわち、全体における項目毎のウエイトに比較して、経営情報学科では「①発展性がある」が4.2ポイント、「③先端産業である」が1.1ポイント、「④女性が働きやすい」が4.9ポイント、「⑩家庭的で親しみ易い」が0.6ポイント前者を上回っている。それに対して、「②経営が不安定である」が5.9ポイント、「⑤若い社員が少ない」が2.3ポイント、「⑦給料が安い」が5.7ポイント、「⑧知名度が低い」が10.5ポイント、「⑨労働条件が悪い」が5.7ポイント、全体における項目毎のウエイトを下回っている。

第2にいえることは、経営情報学科以外は、中小企業を積極的に評価する項目と消極的に評価する項目が、全体における項目毎のウエイトとの比較では、どちらかに偏ることなしに、上回ったり下回ったりしている。つまりはっきりとした傾向が見出せない。

(表4) 学科別の「中小企業のイメージ」

項目 学科		合計	① 発展性がある	② 経営が不安定である	③ 先端産業である	④ 女性が働きやすい	⑤ 若い社員が少ない	⑥ 個性が生かされる	⑦ 給料が安い	⑧ 知名度が低い	⑨ 労働条件が悪い	⑩ 家庭的で親しみ易い
実数	合計	1,208	169	742	27	126	148	252	519	392	428	271
	服飾美術科	360	44	212	10	35	51	81	158	130	133	72
	工芸美術科	118	17	79	2	9	15	25	68	46	50	22
	保健体育科	365	39	228	5	36	44	68	160	122	139	98
	初等教育学科	156	31	107	3	14	17	40	55	48	44	31
	経営情報学科	209	38	116	7	32	21	38	78	46	62	48
ウエイト (%)	合計	100.0	14.0	61.4	2.2	10.4	12.3	20.9	43.0	32.5	35.4	22.4
	服飾美術科	100.0	12.2	58.9	2.8	9.7	14.2	22.5	43.9	36.1	36.9	20.0
	工芸美術科	100.0	14.4	66.9	1.7	7.6	12.7	21.2	57.6	39.0	42.4	18.6
	保健体育科	100.0	10.7	62.5	1.4	9.9	12.1	18.6	43.8	33.4	38.1	26.8
	初等教育学科	100.0	19.9	68.6	1.9	9.0	10.9	25.6	35.3	30.8	28.2	19.9
	経営情報学科	100.0	18.2	55.5	3.3	15.3	10.0	18.2	37.3	22.0	29.7	23.0

(注)：回答は複数回答である。

ま と め

中小企業は異質多元的な存在である。その異質多元性は、近年ますます進んでいる。そのことによって、中小企業のイメージも多様化してきている。

本論においては、平成5年度の本学の新入生が、中小企業に対してどのようなイメージを持っているかについて、アンケート調査結果をもとに検討した。

全体としては、「経営が不安定である」等の、消極的な評価のイメージの項目のウエイトが大きくなっている。それは地域別にみても同じである。しかし、地域間の相対的な比較では「札幌市地域」が「札幌市以外の地域」よりも積極的な評価の項目のウエイトが大きいという特徴

がみられた。

学科別にみると、いずれの学科も消極的な評価の項目のウエイトが大きい。しかし、学科間の相対的な比較では、経営情報学科で積極的に評価する項目のイメージのウエイトの大きいことが、はっきりとみてとれる。